



**PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI, DAN DIFERENSIASI
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PRODUK *HANDPHONE* MEREK SAMSUNG
(Studi Kasus pada Pegawai Negeri Sipil di Lingkungan Pemkab Kudus)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Oleh:

TRISNANING PUJI UTAMI

NIM. 2009-11-149

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2015**

**PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI, DAN DIFERENSIASI PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PRODUK *HANDPHONE* MEREK SAMSUNG
(Studi Kasus pada Pegawai Negeri Sipil di Lingkungan Pemkab Kudus)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, 2015

Mengetahui,
Ketua ProgDi

Pembimbing I

NOOR AZIS, SE, MM
NIDN. 0609107501

Drs. H. MASLURI, MM
NIDN. 0010105401

Mengetahui,
Dekan

Pembimbing II

Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM
NIDN. 0618066201

Drs. H. CHANAFI IBRAHIM, MM
NIDN.0622085501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

1. Ingatlah, dengan mengingat nama Allah SWT dapat menentramkan hati (Ar-Ra'd : 28)
2. Dengan kembali bertaubat kepada-Nya dan bertakwalah kepada-Nya serta dirikanlah shalat dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang mempersekutukan Allah (Ar Rumm ayat 31)

PERSEMBAHAN :

1. Bapak dan Ibu tersayang
2. Kakak-Kakakku tersayang
3. Keluarga tercinta
4. Sahabat dan teman-teman
5. Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI, DAN DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK *HANDPHONE* MEREK SAMSUNG (Studi Kasus pada Pegawai Negeri Sipil di Lingkungan Pemkab Kudus)**. Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus, dan seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah mendukung setiap upaya pengembangan potensi akademik mahasiswanya.
2. Bapak Drs. H. Masluri, MM, selaku Dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk serta saran yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi.
3. Drs. H. Chanafi Ibrahim, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk serta saran yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi.

4. Seluruh responden yang telah memberikan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini.
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan motivasi sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya atas segala kesalahan yang pernah dilakukan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam pengkajian keilmuan dan mendorong penelitian-penelitian selanjutnya.

Kudus , Agustus 2015

Penulis,

Trisnaning Puji Utami
NIM. 2009-11-149

ABSTRAK

Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Handphone* Merek Samsung (Studi Kasus pada Pegawai Negeri Sipil di Lingkungan Pemkab Kudus)

TRISNANING PUJI UTAMI

NIM. 2009-11-149

Dosen Pembimbing 1. Drs. H. Masluri, MM
2. Drs. H. Chanafi Ibrahim, MM

Konsumen tidak akan lari ke produk pesaing yang lain, karena konsumen merasa puas terhadap kesesuaian spesifikasi kegunaan dari produk yang dikonsumsi. Tujuan penelitian ini untuk menghitung dan menganalisis pengaruh diferensial produk terhadap keputusan pembelian konsumen produk *handphone* merek Samsung.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah gaya hidup, promosi dan diferensiasi produk sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk *handphone* Merek Samsung studi Kasus pada Pegawai Negeri Sipil di Lingkungan Pemkab Kudus. Skala pengukuran menggunakan Likert. Uji Validitas menggunakan korelasi *Product Moment*, sedangkan uji Reliabilitas dengan Cronbach Alfa. Analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah menggunakan uji regresi linier sederhana dan uji regresi berganda dengan program aplikasi SPSS 18.0.

Berdasarkan analisis Regresi dengan uji t (parsial) dan uji F (simultan) diperoleh kesimpulan sebagai berikut ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel gaya hidup dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,913 > t_{tabel}$ sebesar $1,668$, dan tingkat signifikan $0,005$ di bawah $0,05$. Ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel promosi dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,849 > t_{tabel}$ sebesar $1,668$, dan tingkat signifikan $0,006$ di bawah $0,05$. Ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel diferensiasi produk dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,574 > t_{tabel}$ sebesar $1,668$, dan tingkat signifikan $0,012$ di bawah $0,05$. Secara berganda ketiga variabel independen yaitu: gaya hidup, promosi, dan diferensiasi produk signifikan terhadap keputusan konsumen yang membeli produk *handphone* Merek Samsung yang didasarkan pada nilai F_{hitung} sebesar $69,177 > F_{tabel}$ sebesar $2,74$ dan memiliki nilai signifikan $0,000$ di bawah $0,05$.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Promosi, diferensiasi produk dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

*Effect of Lifestyle, Promotion, and Product Differentiation on the Buying Decision
on Brand Samsung Mobile Products
(Case Study on the Civil Service in Kudus District Government Environment)*

TRISNANING PUJI UTAMI

NIM. 2009-11-149

The Supervisor

1. Drs. H. Masluri, MM
2. Drs. H. Chanafi Ibrahim, MM

Consumers are not going to run to the other competitors' products, because consumers are satisfied with the usability of a product conformance specifications consumed. The purpose of this study was to calculate and analyze the differential effects of products on consumer purchasing decisions Samsung brand mobile products.

The independent variable in this study is a lifestyle, promotion and product differentiation while the dependent variable is the purchasing decisions of consumers. The population in this study is a consumer product brands Samsung phone Case studies on the Civil Service Environment Kudus regency. Measurement using a Likert scale. Validity test using Product Moment correlation, while the reliability tests with Cronbach Alfa. The data analysis used in this study was to use a simple linear regression and multiple regression test the application program SPSS 18.0.

Based on regression analysis with *t* test (partial) and the *F* test (simultaneous) obtained the following conclusions there is a positive and significant influence between lifestyle variables with a value of 2.913 $t_{count} > t_{table}$ amounted to 1.668, and 0.005 significant levels below 0.05. There is a positive and significant influence between the variables of promotional value $t_{hitung} 2,849 > t_{tabel} 1.668$, and 0.006 significant levels below 0.05. There is a positive and significant influence between the variables of product differentiation with t_{count} of 2.574 $> t_{tabel} 1.668$, and 0.012 significant levels below 0.05. In the third multiple independent variables are: lifestyle, promotion, and differentiation product are significant to the consumer's decision to buy Samsung's mobile product brands that are based on the value $F_{hitung} 69.177 > F_{table}$ of 2.74 and has a significant value of 0.000 below 0.05.

Keywords: *Lifestyle, promotion, product differentiation and purchasing decisions*

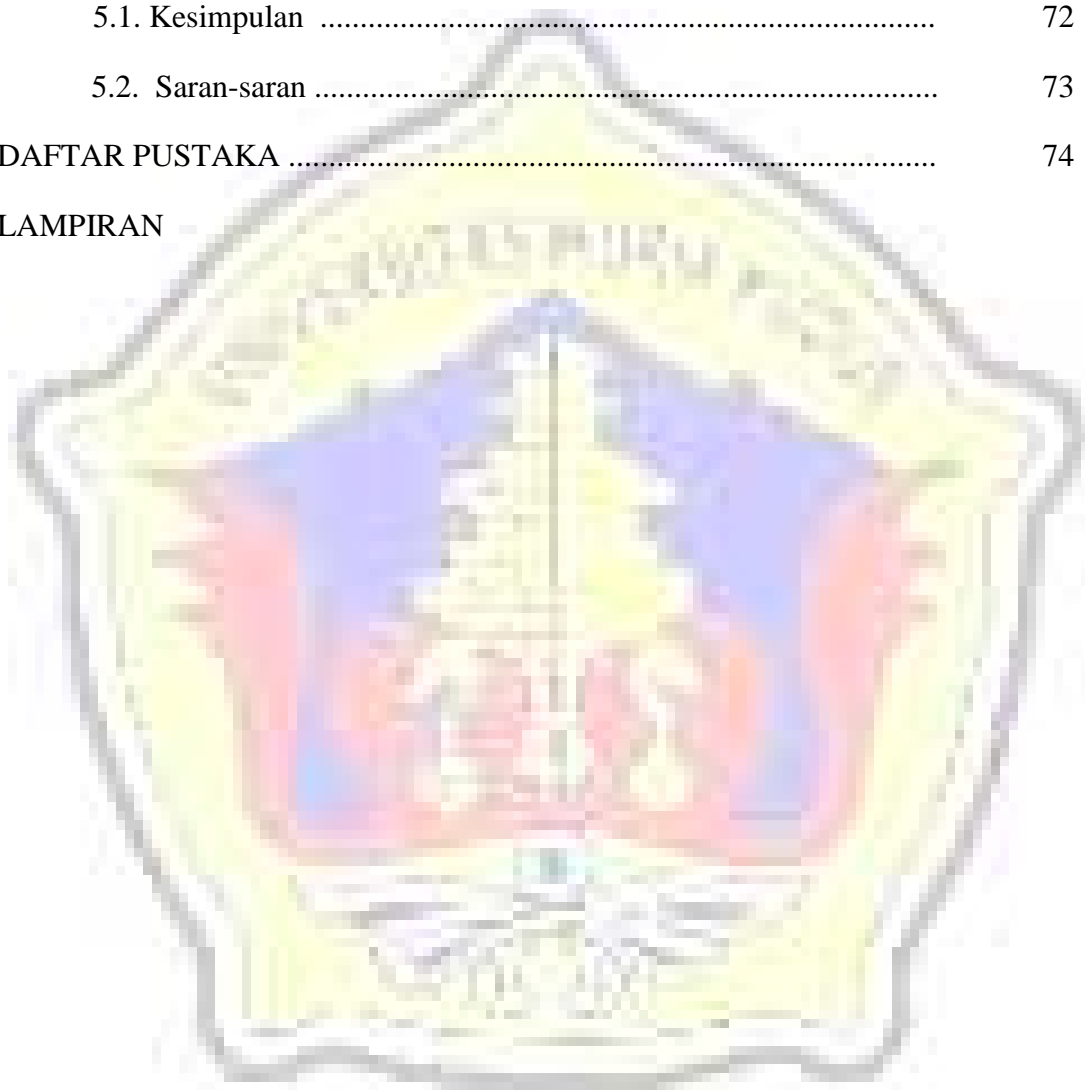
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
 BAB I. PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Ruang Lingkup	4
1.3. Perumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Kegunaan Penelitian	6
1.5. Kegunaan Penelitian	7
 BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	 7
2.1. <i>Marketing Mix</i>	7
2.1.1. Elemen Bauran Pemasaran	8
2.1.2. <i>Process</i>	9
2.1.3. <i>Physical Evidence</i>	9
2.2. Gaya Hidup	9
2.2.1. Pengertian Gaya Hidup	9

2.2.2. Manfaat Gaya Hidup.....	12
2.2.3. Dimensi Gaya Hidup	13
2.2.4. Indikator Gaya Hidup	14
2.3. Promosi	14
2.3.1. Pengertian Promosi	14
2.3.2. Tujuan Promosi	16
2.3.3. Dimensi Promosi	16
2.3.4. Indikator Promosi	18
2.4. Diferensiasi Produk	19
2.4.1. Pengertian Diferensiasi Produk	19
2.4.2. Syarat-syarat Diferensiasi Produk	21
2.4.3. Dimensi Diferensiasi Produk	21
2.4.4. Indikator Diferensiasi Produk	21
2.5. Keputusan Pembelian	22
2.5.1. Pengertian Keputusan Pembelian	22
2.5.2. Komponen Keputusan Pembelian	22
2.5.3. Dimensi Keputusan Pembelian	24
2.5.4. Indikator Keputusan Pembelian	29
2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu	30
2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis	32
2.8. Hipotesis	32
BAB. III. METODE PENELITIAN	34
3.1. Jenis Penelitian	34

3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	34
3.2.1. Variabel Independen	35
3.2.2. Variabel Dependen	36
3.4. Populasi dan Sampel	37
3.3. Jenis dan Sumber Data	37
3.5. Metode Pengumpulan Data	38
3.6. Pengolahan Data.....	39
3.7. Uji Instrumen Data	40
3.7.1 Uji Validitas	40
3.7.2. Uji Reliabilitas	43
3.8. Metode Analisis Data	45
3.8.1. Analisis Kualitatif	45
3.8.2. Analisis Kuantitatif	45
3.8.3. Analisis Regresi Berganda	48
3.8.4. Uji Koefisien Determinasi dengan <i>Adjusted R Square</i>	49
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	50
4.1.1. PNS Pemerintah Daerah Kabupaten Kudus	50
4.1.2. <i>Handphone</i> Merek Samsung	51
4.2. Penyajian Data	55
4.2.1. Identitas Responden.....	55
4.2.2. Deskripsi Variabel Penelitian	57
4.3. Analisis Data	61
4.3.1. Analisis Regresi.....	61

4.3.2. Uji Hipotesis	63
4.3.3. Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	67
4.4. Pembahasan	67
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1. Kesimpulan	72
5.2. Saran-saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	30
3.1. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Gaya Hidup	41
3.2. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Promosi	42
3.3. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Diferensiasi Produk	42
3.4. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian	43
4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Umur	55
4.3. Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
4.4. Frekuensi Variabel Gaya Hidup (X_1)	57
4.5. Frekuensi Variabel Promosi (X_2)	58
4.6. Frekuensi Variabel Diferensiasi Produk (X_1)	59
4.7. Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	60
4.8. Definisi Variabel	61
4.9. Hasil Nilai Koefisien Regresi Variabel Independen	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	32

